

## UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

School of Business Management

Jurusan International Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Genap 2014/2015

### ***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TO PURCHASE INTENTION AND ITS IMPACT TO PURCHASE DECISION (STUDY CASE: RESTAURANT KAIHOUMARU)***

**Michiko Matsui – 1501182135**

#### ***Abstract***

*This research were take in PT. Sanwa Indonesia. The purpose of the study to determine the influence of service quality on purchase decisions through purchase intention either on an individual basis (partial) and overall (simultaneously) in the Restaurant Kaihoumaru. The method used in this research is quantitative method where quantitative research is a method of collecting primary data obtained directly from the original source, the unit of analysis is the study of individuals, namely the consumers who visit the restaurant. The purpose of this study can be use as basis by PT. Sanwa Indonesia in designing a strategy to increase sales in order to attract the interest of consumers through a variety of marketing activities undertaken by the company. MM*

**Keywords:** *Service Quality, Purchase Intention, Purchase Decision.*

# UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

School of Business Management

Jurusan International Marketing

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Genap 2014/2015

## **ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *PURCHASE DECISION* (STUDI KASUS PADA RESTAURANT KAIHOUMARU)**

**Michiko Matsui – 1501182135**

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sanwa Indonesia. Tujuan penelitian, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli baik secara individual (parsial) maupun keseluruhan (simultan) dalam Restaurant Kaihoumaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, maka unit analisis yang diteliti adalah individu, yaitu para konsumen yang berkunjung ke restaurant tersebut. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh PT. Sanwa Indonesia dalam merancang strategi untuk meningkatkan penjualan agar dapat menarik minat dari konsumen melalui berbagai macam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. **MM**

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, minat beli, keputusan pembelian.